

### **BAB III**

## **KAJIAN PEMETAAN POKOK BAHASAN STRATEGI DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DALAM YOUTUBE PEMUDA TERSESAT**

#### **A. Strategi**

##### **1. Pengertian Strategi**

Istilah Yunani "strategi" berarti "seni memimpin pasukan" atau "kepemimpinan atas kekuatan". Istilah "strategi" berasal dari kata Yunani "stratos" (berarti "tentara") dan "ageein" (memimpin). Sejak era Yunani-Romawi hingga munculnya industri, kata "strategi" telah digunakan dalam konteks militer. Dengan demikian, gagasan strategi mencakup berbagai segi interaksi sosial, seperti pidato dan dakwah. Ini penting karena, selama lebih dari seribu tahun, tujuan dakwah adalah mewujudkan transformasi dalam masyarakat.<sup>29</sup>

Cara lain untuk memikirkan strategi adalah sebagai kemampuan menggunakan taktik untuk keuntungan Anda di medan perang. Strategi organisasi dapat dipahami secara etimologis sebagai kebijakan, strategi, dan teknik yang direncanakan dan diarahkan secara sistematis untuk menjalankan fungsi organisasi dengan perolehan standar terbaik.

Ternyata kelompok non-militer lain juga menggunakan istilah strategi di dunia sekarang ini selain militer. Strategi di sini difokuskan

---

<sup>29</sup> Zaenal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung: Rosda Karya, 2011), h. 227

pada efisiensi dan efektivitas. Oleh karena itu, strategi organisasi harus bertujuan untuk menyebarkan kapabilitas organisasi sedemikian rupa sehingga efisiensi dan efektivitas dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mengerahkan sumber daya organisasi yang diperlukan untuk melakukannya, dengan mempertimbangkan kemungkinan dan bahaya yang muncul. Kualitas yang dikembangkan dengan menggunakan sumber daya, modal, dan personel dalam menanggapi perubahan lingkungan dikenal sebagai strategi.<sup>30</sup>

Menurut S.P. Hasibuan, strategi adalah hal memilih pendekatan yang akan diambil untuk mendapatkan suatu hasil terbesar, efektif dalam waktu singkat, dan semata-mata untuk mencapai hasil yang tentunya diinginkan.<sup>31</sup>

Menurut Effendi, strategi dalam kegiatan komunikasi adalah mempersiapkan dan mengelola untuk mencapai tujuan. Ini menggabungkan strategi operasional selain bertindak sebagai peta jalan. Karena teori adalah pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah terbukti, teori itu harus diperkuat. Segala sesuatu dalam rencana komunikasi ini harus dilihat melalui lensa teori komunikasi. Harold D. Lasswell, khususnya siapa mengatakan apa di setiap saluran dan apa dampaknya (komunikator, pesan, media, komunikan dan pengaruh).<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Sondang P. Siagian, *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Struktur Organisasi*, (Jakarta: CV. Haji Masagung, 1994), h. 16.

<sup>31</sup> SP Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 102

<sup>32</sup> M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 351

Kerangka kerja atau cetak biru untuk tujuan (sasaran), kebijakan (strategi), dan kegiatan atau rencana organisasi disebut sebagai strategi. Strategi adalah rencana bagaimana suatu organisasi akan melaksanakan tujuan masa depannya. Strategi adalah cetak biru untuk tindakan dan alokasi sumber daya yang akan digunakan untuk mencapai tujuan.<sup>33</sup>

## 2. Faktor-faktor Strategi

Pencapaian tujuan organisasi dan biasanya hasil dinamis dalam tujuan lain dari otoritas yang sesuai. Hal ini juga berlaku bagi organisasi dan lingkungan unit kerja di dalam organisasi. Dinamika yang terbentuk dalam sebuah interaksi menjadi sumber kemapanan. Setelah Interaksi yang terjadi memenuhi persyaratan hubungan timbal balik antara organisasi dan lingkungan, serta antara berbagai subsistem organisasi, baik secara konsisten maupun tidak konsisten.

Dinamika tersebut membantunya memperkuat kemampuannya untuk mempengaruhi strategi yang digunakan karena sepenuhnya diatur dalam organisasi dakwah. Dinamika ini pada akhirnya akan berdampak pada bagaimana rencana dakwah itu ditulis. Karena dinamika perubahan zaman di semua aspek kehidupan, perubahan dalam proses pengambilan keputusan strategis juga terjadi, maka penting bagi organisasi untuk menyadari dan memahami hal ini.

Penciptaan program dakwah melibatkan sejumlah variabel kontribusi, seperti yang dapat dilihat pada studi lebih dekat. Keputusan

---

<sup>33</sup> Tripomo, MT, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2005), h. 17.

dipengaruhi oleh sejumlah unsur, antara lain lingkungan, faktor di dalam organisasi itu sendiri (faktor internal), dan isu-isu lingkungan di luar organisasi (faktor eksternal).<sup>34</sup>

Agar suatu strategi menjadi efektif dan efisien, menurut Sondang P. Siagian harus mengarahkan organisasi atau organisasi menuju tujuannya. Untuk itu, pengertian strategi harus mempertimbangkan pertimbangan-pertimbangan strategis, khususnya.<sup>35</sup>

a. Faktor Ekonomi

Organisasi laba dan nirlaba juga merupakan organisasi dakwah, dan kedua jenis organisasi tersebut mengandalkan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam untuk mengembangkan dan menjalankan strateginya (SDA). Alasannya adalah bahwa tanpa bantuan sumber daya alam dan manusia, rencana organisasi pasti akan gagal.

Dalam hal ini, ekonomi adalah variabel utama yang mempengaruhi bagaimana strategi dijalankan. Hal ini karena ketika menentukan tonggak sejarahnya, organisasi pasti akan memperhatikan aset saat ini, baik berwujud maupun tidak berwujud. Terlepas dari tujuan yang luhur, jelas bahwa hal itu akan sulit dicapai tanpa bantuan materi.

b. Faktor Politik

Kebijakan saat ini di dalam organisasi dan di luar organisasi juga

---

<sup>34</sup> Najamuddin, "Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh," *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* 12, no. 1 (2020). h. 32.

<sup>35</sup> Sondang P. Siagian, *Analisis serta Perumusan Kebijakan*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985). h. 107-108.

mempengaruhi kebijakan yang diterapkan di dalam organisasi. Kebijakan yang mempengaruhi keputusan politik dalam suatu organisasi apabila tidak dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi dapat berdampak negatif bagi organisasi yang terkait.

Segelintir orang yang tidak bertanggung jawab yang dapat memanfaatkan perusahaan untuk memajukan agenda mereka sendiri. Tidak diragukan lagi tidak mungkin menerapkan kebijakan yang dinyatakan sebagai tujuan organisasi, yang menjadi contoh "celah" yang berkembang di antara individu anggota organisasi karena perbedaan politik.

c. Faktor Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah suatu bangsa niscaya berdampak pada semua aspek kehidupan, termasuk kelompok dakwah. Benar bahwa semua lapisan masyarakat harus tunduk pada hukum yang ditetapkan oleh pemerintah, dan ini juga yang memberikan cita rasa kebijakan dakwah yang diterapkan dalam organisasi.

d. Faktor Teknologi

Organisasi yang menggunakan teknologi sebagai cara prosesnya tentu akan mempromosikan pembentukan kebijakan yang lebih baik daripada menggunakan data manual. Sasaran dari strategi yang dihasilkan akan bergantung pada struktur dan infrastruktur yang mendukungnya. Hal ini juga berlaku untuk perusahaan yang menggunakan metode teknologi.

Kelompok dakwah yang sudah teknologi mutakhir dapat mempraktekkan teknik dakwah dengan baik. Unsur tersebut di atas menunjukkan lingkungan internal dan eksternal lembaga memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan yang dijalankan di dalamnya.

### 3. Tahapan Penyusunan Strategi

Dalam mempertimbangkan prosedur persiapan saat merumuskan strategi. Langkah-langkah proses perumusan strategi dirancang untuk mempermudah pengelolaan strategi. Enam fase perencanaan strategis dapat dibedakan antara fase perencanaan strategis Triton PB. Berikut langkah-langkahnya:<sup>36</sup>

- a. Seleksi kritis dan signifikan.
- b. Tentukan tujuan mendasar dan strategis.
- c. Membuat rencana aksi.
- d. Siapkan rencana sumber daya.
- e. Mempertimbangkan kelebihan.
- f. Keberlanjutan harus dipertimbangkan.

## **B. Strategi Dakwah Al-Bayanuniy**

---

<sup>36</sup> Triton PB, *Marketing Strategic; Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Yogyakarta: Tugu Publisier, 2008), h. 17.

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai terdiri dari bermacam langkah-langkah yang ditentukan dan peraturan dakwah (kegiatan). Karena itu, dapat dikatakan dan ditarik kesimpulan bahwa teknik dakwah didasarkan pada keyakinan Islam, praktik keagamaan, prinsip ekonomi, dan hukum, juga lainnya.<sup>37</sup>

Al-Bayanuni menegaskan bahwa ada tiga kategori strategi dakwah yang berbeda: sentimental, rasional, dan inderawi. Al-manhaj al-'athifi, atau strategi sentimental, adalah jenis strategi dakwah yang pertama. Dakwah yang menyentuh hati dan mempengaruhi perasaan dan emosi para da'wah lain dan mad'u dikenal sebagai strategi sentimental. Berdakwah dengan menggunakan berbagai teknik yang berfokus pada komponen akal pikiran yang berbeda adalah jenis lain dari strategi dakwah (al-manhaj al-'aqli). Tiga teknik dakwah terakhir (al-manhaj al-hissi) adalah teknik inderawi. strategi indrawi dakwah adalah istilah lain untuk orientasi eksperimental atau ilmiah.

#### 1. Strategi Dakwah Sentimentil (al-manhaj al-'athifi)

Strategi dakwah sentimental memberi dua pengertian dalam strateginya. Pertama, prinsip dakwah yang menyerukan untuk membangun pikiran sambil memunculkan emosi dan naluri. Kedua, pilihan metode dakwah yang menyentuh hati dan mengandung insting dan emosi.<sup>38</sup>

Pendekatan ini mengubah perasaan batin dan pemikiran mitra

---

<sup>37</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 247.

<sup>38</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 258.

dakwah dan berkonsentrasi pada aspek hati. Pendekatan ini biasanya digunakan dengan memberikan nasihat bijak, melayani mereka dengan baik, memanggil mereka, atau mengingatkan mereka.

Berikut adalah beberapa metode strategi sentimentil adalah:<sup>39</sup>

- a. Berbagai jenis nasihat yang baik (mau'idhotul hasanah)
  - 1) Ceramah atau Khotbah.
  - 2) Peningat akan rahmat Allah SWT kepada para umat-Nya, yang harus mereka syukuri.
  - 3) Seorang da'i memberi pujian kepada mad'u (mengakui keistimewaan dan kemampuan seseorang) atau aib mad'u (menyebutkan kesalahan dan kekurangan seseorang).
  - 4) Sebutkan Targib dan Tarhib (nasihat dan ancaman), serta insentif dan hukuman.
  - 5) Janji bantuan dan kedamaian.
  - 6) Ceritakan kisah yang menyentuh hati yang menggugah perasaan (berkesan).

Adapun cara-cara mau'idhotul hasanah ini terdapat dalam al-Qur'an, Allah SWT berfirman :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

---

<sup>39</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 260.

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl/16:125).<sup>40</sup>

- b. Bersikap baik dan sayang terhadap mad'u (orang yang dipanggil), yaitu menggunakan ungkapan-ungkapan yang ramah dan menyenangkan, seperti mengatakan "Hai anakku", "Ah, anakku", "Halo, saudara".
- c. Memenuhi kebutuhan, mengutamakan pelayanan dan memastikan pelayanan.

Situasi dan area yang tepat akan menentukan di mana menerapkan pendekatan Athify. Berikut beberapa penempatan yang sesuai:<sup>41</sup>

- a. Saat menyampaikan kepada orang bodoh, ingatlah bahwa mereka membutuhkan cinta, perhatian, dan kesenangan saat diajari, serta pengetahuan yang menunjukkan hasil positif.
- b. Berdakwah kepada mereka yang kondisi dan kadar keimanannya, kuat atau lemah, tidak diketahui. Di tahap kedua ini, pendakwah harus bisa menilai seberapa banyak ajaran

---

<sup>40</sup> Aplikasi Qur'an Kemenag in Word', Terjemah Kemenag 2019 ( Microsoft Word 2019, 2019, Q.S. An-Nahl/16:125.

<sup>41</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 261.

Islamnya dibutuhkan dan memutuskan cara terbaik untuk menyebarkannya.

- c. Berdakwah kepada orang-orang yang lemah hati, termasuk anak-anak, wanita, yatim piatu, fakir miskin, korban bencana, mualaf, orang sakit, dan sebagainya.
- d. Berdakwah ayah terhadap anak maupun sebaliknya, kenalan dekat dan jauh, atau sebagainya.
- e. Di tempat-tempat di mana dakwah sangat sulit dan di mana mad'u ditekan dengan keras. Dengan menerima dakwah dan mendukungnya, orang-orang yang melawannya dapat mengurangi kekerasan dan penyerangan. Para penyampai dakwahnya menenangkan perasaan mereka dan membujuk mereka untuk menerima dakwah.

Berikut ini adalah manfaat maupun keistimewaan menggunakan teknik strategi sentimentil:<sup>42</sup>

- a. Pengajuan yang cantik, serta contoh yang mencolok dan memotivasi.
- b. Terpengaruh dengan cepat pada dakwah sehingga mad'u terdakwa dengan menerima dan menjadi sasaran yang bagus.
- c. Mengurangi ketegangan dan keterbedaan.
- d. Perubahan yang cepat dari kondisi negatif menjadi positif.
- e. Memanfaatkan ruang lebih efektif saat memberi penyampaian.

---

<sup>42</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 261.

## 2. Strategi Dakwah Rasional (al-manhaj al-'aqli)

Strategi dakwah rasional memberi dua pengertian dalam strateginya sebagai berikut:<sup>43</sup>

- a. Pedoman dakwah adalah rasional dan menyerukan pertimbangan, introspeksi, dan I'tibar (mengambil pelajaran).
- b. Pilihan dakwah yang memberi penekanan kuat pada akal sehat dan mendorong analisis, meditasi, dan pengajaran.

Teknik aqliy diartikan sebagai penggunaan kaidah logika, dalil atau penampakan, perumpamaan, dan fakta sejarah sebagai alat berpikir atau refleksi dan mengambil pelajaran, sesuai dengan uraian di atas.

Strategi dakwah rasional memberi penerapan dalam strateginya sebagai berikut:<sup>44</sup>

- a. Saat Mad'u mengingkari Zhohir.
- b. Digunakan apabila menghadapi orang dengan akal sehat atau pemikiran yang tumpang tindih akan segera mengetahuinya.
- c. Bagi mereka yang keyakinannya tidak fanatik atau yang pemikirannya murni dan bebas dari ekstremisme.
- d. Kepada mereka yang memiliki kebijakan logis terhadap mereka yang tidak dicurigai dan tidak perlu berbohong maupun terpengaruh syubhat.

Berikut ini adalah manfaat maupun keistimewaan menggunakan

---

<sup>43</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 262.

<sup>44</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 262-268

teknik strategi rasional:<sup>45</sup>

- a. Baik akal sehat atau logika kalam sudah cukup.
- b. Sangat mudah untuk mengubah pemikiran atau perspektif orang lain.
- c. Sangat mudah membuat orang diam terbungkam dengan logis.
- d. Karena ada perbedaan antara kaum yang berbeda, cakupannya lebih kecil (jika metode ini digunakan pada orang yang tepat dan di tempat yang tepat).

### 3. Strategi Dakwah Inderawi (al-manhaj al-hissi)

Strategi dakwah inderawi memberi dua pengertian dalam strateginya sebagai berikut:

- a. Hukum dakwah berpusat pada indera dan didukung oleh data dan eksperimen.
- b. Sekelompok kumpulan fokus yang menekankan indera dan mengandalkan bukti atau pengalaman pribadi serta penglihatan (saksi).

Sesuai dengan penggunaannya, strategi inderawi memiliki beberapa cara penggunaan sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a. Panca indera menggunakan media untuk menjangkau audiens yang beragam.
- b. Metode terbaik untuk belajar adalah dengan melihat manfaat

---

<sup>45</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 270-271.

<sup>46</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 271-275.

menasihati orang lain tentang menyesuaikan karier atau pekerjaan.

- c. Kajian tentang contoh sikap dan etika.
- d. Memperbaiki hal munkar dengan tangan pada pelakunya.
- e. Dengan meneguhkan mukjizat-mukjizat yang sungguh-sungguh berkekuatan besar bagi para nabi dan rasul-Nya, sebagaimana disaksikan oleh para nabi sebelumnya dan Nabi kita Muhammad.
- f. Menggunakan teknik atau metode standar untuk membuat lakon, drama, atau kegiatan pendidikan lainnya dengan tetap memperhatikan berbagai aspek kesusilaan.

Penempatan penggunaan strategi inderawi yang tepat adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>

- a. Penempatan ini digunakan dalam ilmu pasti untuk menyampaikan informasi spesifik dan ketika subjek tertentu dianggap sangat penting.
- b. Kepada para akademisi dan ilmuwan, dan sampai pada kesimpulan tertentu tentang ilmu hijaz dalam ilmu Al Quran dan hadits.
- c. Bagi mereka yang tidak percaya pada argumen yang masuk akal dan mengabaikan pengetahuan dari masa lalu (termasuk para ahli sebelumnya) dan meminggirkan pemikiran logis (lebih bias terhadap Quran dan Hadits).

---

<sup>47</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 276.

Manfaat atau kelbihan yang diperoleh dengan memanfaatkan strategi inderawi adalah sebagai berikut:<sup>48</sup>

- a. Untuk kepentingan yang cepat maka dapat mengandalkan panca indera yang mana orang-orang bisa diselamatkan dengan cepat.
- b. Menyebabkan sesuatu yang berdasar indera dengan mengenai jiwa manusia.
- c. Semua hal memiliki kesamaan kapasitas lingkaran sensorik orang dengan berbagai indra besar atau kecil, menguasai suatu ilmu atau tidak, semuanya dapat untuk berkumpul.

### C. Dakwah

#### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah kata bahasa Arab yang berasal dari akar kata masdar (da'a, yad'u, da'watan), yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Abdul Aziz mengklaim bahwa makna di balik kata dakwah adalah “membangkitkan, memohon, mengumumkan tindakan atau kata-kata untuk memikat orang terhadap sesuatu.”<sup>49</sup>

Dari segi bahasa, dakwah berarti seruan, ajakan. Kata ini dikenal sebagai mashdar dalam bahasa Arab. Kata kerja fi'il nya memanggil, menyeru, atau mengajak (da'a, yad'u, da'watan) dalam bentuk aktifnya. Orang yang berdakwah biasa disebut da'i, sedangkan orang yang didakwah

---

<sup>48</sup> Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hlm. 277.

<sup>49</sup> Enjang, Aliyuddin, *Dasar-dasar ilmu dakwah*, (Bandung: Widya Pajajaran, 2009) h. 3

atau menerima dakwah disebut mad'u.<sup>50</sup>

Dakwah adalah konsep kuno. Manusia harus melaksanakan beberapa tugas dan kegiatan di padang gurun kehidupan fana ini. Oleh karena itu, tidak seorang pun dapat membantah keberadaan dakwah karena merupakan tanggung jawab manusia untuk menggunakan dakwah untuk melindungi umat manusia dari berbagai masalah yang berdampak negatif terhadap kehidupan manusia sesuai sebagai individu manusia seperti khalifah fi al-radh. Al-Qur'an menyebutkan istilah dakwah sebanyak 213 kali, setiap kali dengan penjelasan artinya atau kata majemuk yang berasal dari kata tersebut. Abdul Baqi membahas kata ini.<sup>51</sup>

Secara teologis, kewajiban atau ibadah suci seorang muslim termasuk dakwahnya. Secara sosiologis, kegiatan dakwah dalam segala bentuk dan konteksnya akan dituntut bagi umat manusia untuk berkembang dan mencapai kesalehan sosial dan individual, yaitu manusia yang saling berkasih sayang dan memahami bahwa tatanan masyarakat marhamah didasarkan pada kesepadan, semangat kerukunan, persaudaraan, dan kebenaran tauhid, serta rasa sejahtera bersama dan pentingnya menempatkan keadilan sebagai pusat kehidupan masyarakat.

Seorang da'i memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan berita dengan memberikan contoh dan hidup dengan itu setiap hari. Dakwah

---

<sup>50</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Bogor: Titian Nusa Press, 2010) h. 1

<sup>51</sup> Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Al-Mu'jam Al-Mufahras li Alfazh Al-Qur'an* (Kairo: Dar Al-Kutub Al-Arabiyah, n.d.), h. 120.

membutuhkan komunikasi karena merupakan proses penyebaran nilai-nilai Islam. Siaran ajaran Islam mencakup sejumlah pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Dalam berbagai terminologi Islam, dakwah dalam proses komunikasi ini disebut dengan istilah *tabligh*, yang menangkap inti dari komunikasi dakwah.<sup>52</sup>

Dakwah secara teologis adalah satu-satunya kegiatan yang memiliki komponen supranatural, sehingga tidak lagi sekedar memenuhi tuntutan agama. Tetapi juga sebagai upaya umat manusia untuk memahami keberadaan dunia ini untuk menjalani kehidupan yang aman, menyenangkan, dan sukses. Dakwah dalam pengertian ini juga mengacu pada pengembangan sumber daya manusia, membantu yang kurang mampu, dan memerangi kebodohan dan kelesuan. Perbuatan menyebarkan rahmat Tuhan adalah definisi lain dari dakwah (*rahmatan lil'alamin*). Sudah saatnya kita semua, cendekiawan dan mubaligh Islam, memahami bahwa untuk kemajuan masyarakat dan potensi budayanya, diperlukan strategi baru dakwah Islam.<sup>53</sup>

Intervensi dalam upaya dakwah harus sederhana dengan ide-ide yang mudah dipahami dan subjek-subjek yang menarik bagi kelompok terpilih. Kebenaran Islam harus ringkas, meyakinkan, berdasarkan fakta, dan kuat. Seorang dai tidak boleh keras kepala atau keras kepala saat berdakwah; sebaliknya, dia harus selalu mempertimbangkan emosi

---

<sup>52</sup> Takariawan Cahyadi, *Prinsip-prinsip Dakwah*, (Yogyakarta: Izzan Pustaka, 2005) h. 1

<sup>53</sup> Muhammad Abid Marzuki, *Da'wah In The New Normal, Proceeding International Da'wah Conference 1*, no. 1 (2020), h. 4

pendengarnya. karena mereka membutuhkan waktu untuk membangun kepercayaan diri mereka dan memberi mereka kebebasan untuk memilih apakah akan menerima ajaran Islam sendiri atau tidak.<sup>54</sup>

Pesan adalah pemikiran, ide, atau emosi yang ingin dikirim oleh satu orang (sumber) kepada orang lain atau sekelompok orang (penerima), sesuai dengan Judy K. Pearson. Pesan adalah informasi yang dikomunikasikan. Pesan tersebut mencakup kata dan frasa yang Anda gunakan untuk mengekspresikan pikiran serta ekspresi wajah, bahasa tubuh, gerak tubuh, sentuhan, suara, dan isyarat nonverbal lainnya.<sup>55</sup>

George Rodman mendefinisikan komunikasi termediasi sebagai setiap transfer pesan yang terjadi melalui alat atau media selain interaksi tatap muka. mengacu pada media cetak, bentuk jamak dari media massa (buku, terbitan berkala, dan surat kabar). saluran transmisi (radio dan televisi); media digital, juga disebut sebagai media baru, yang mencakup Internet, perangkat seluler, dan bentuk lain dari media berbasis komputer; dan media hiburan, yang mencakup semua yang disebutkan di atas serta video game, rekaman, dan film.<sup>56</sup>

## 2. Dakwah dalam Perspektif Ulama

Jika kita telaah dari segi etimologi kata, dakwah yaitu da'a, yad'u,

---

<sup>54</sup> David Bukay, *Islam and the infidels : the politics of jihad, da 'wah, and hijrah* (New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2016), h. 201.

<sup>55</sup> Judy C. Person, *Human Communication* (New York: The McGraw-Hill Companies, 2003) h. 10

<sup>56</sup> George Rodman, *Mass Media In A Changing World* (New York: McGraw-Hill, 2008), h.67.

dan da'watan berasal dari bahasa Arab. Kata kerja "memanggil" berarti memanggil dan mengundang. Berikut adalah bagaimana para ulama menggambarkan dakwah:<sup>57</sup>

- a. Dalam bukunya Hidayatul Mursyidin, Syekh Ali Mahfud mendemonstrasikan apa sebenarnya yang dimaksud dengan dakwah: mengajak manusia untuk melakukan perbuatan baik dan menjalankan aturan (Al-Huda), menegur mereka untuk berbau harum, dan melarang mereka melakukan perbuatan jahat untuk menemukan kebahagiaan dunia. dan kurang.
- b. Dakwah, menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, meminta seseorang untuk menerima Allah dan ajaran para rasul dengan merekam wacana mereka dan melakukan apa yang mereka katakan.
- c. Menurut Abu Bakar Aceh, tujuan dakwah adalah mengajak semua orang untuk bertaubat dan hidup sesuai dengan ajaran Allah yang shahih. Ini dilakukan dengan kebijaksanaan dan arahan yang tinggi.
- d. H.M. Yahya Omar, dakwah secara tepat menganjurkan manusia untuk menempuh jalan yang lurus sesuai dengan perintah Allah demi kebaikan dan kesenangannya sendiri baik di kehidupan ini maupun di akhirat.
- e. Karim Abdul Zaidan. Panggilan ke jalan Allah dikenal dengan dakwah.

---

<sup>57</sup> Aminuddin Sanwar, *Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Semarang: Gunungjati, 2009) h. 2.

Jelaslah bahwa dakwah berfungsi sebagai ajakan atau ajakan umum kepada manusia untuk memeluk kebajikan dan menolak kemungkaran sesuai dengan metode syara. Selain itu, dakwah adalah upaya untuk memperbaiki situasi di semua lapisan masyarakat sesuai dengan keyakinan Islam.

### 3. Unsur-unsur Dakwah

Menjalankan suatu dakwah agar terjadi suatu keberhasilan yang efektif tentunya banyak memperhatikan banyak hal yang menunjangnya. Faktor-faktor unsur berikut harus diperhitungkan ketika terlibat dalam kegiatan dakwah:

#### a. Da'i

Setiap individu, kelompok, organisasi, atau lembaga yang melakukan komunikasi atau berdakwah secara lisan dan maupun melalui perbuatan disebut sebagai da'i (komunikator). Istilah "da'i" memiliki dua arti yang berbeda. Secara umum, itu merujuk pada setiap Muslim atau Muslim dewasa yang memiliki tanggung jawab untuk berdakwah sebagai aspek mendasar dan tak terpisahkan dari fungsinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan ayat "Sampaikanlah walau satu ayat." Da'i adalah ulama tertentu, atau orang-orang dengan pengetahuan khusus tentang Islam.

#### b. Mad'u

Sasaran atau komunikan apakah mereka Muslim atau tidak, individu

dan kelompok yang menjadi target, pendamping, atau penerima dakwah disebut sebagai mad'u, atau yang bisa kita sebut sebagai umat sepenuhnya. Mad'u adalah tujuan sasaran dakwah yang adanya sebagai terjadinya suatu perpindahan ilmu pengetahuan dari da'I kepada mad'u.

c. Materi dakwah

Isi dakwah (maaddah al-Dakwah) adalah isi pesan dakwah. Argumen dakwah ini dapat berubah, tergantung pada apa yang dianggap tepat oleh dalil dakwah tersebut, setelah mempertimbangkan situasi dan keadaan di lapangan. Beberapa di antaranya adalah agama, hukum dan moral. Semua materi dakwah yang diberikan adalah materi yang diambil dari Al Quran, Sunnah Nabi Muhammad SAW, temuan pemikiran para ulama dan sejarah kebudayaan Islam.

d. Media dakwah

Media Dakwah (Wasilah al-Dakwah) Media dakwah adalah sarana yang memudahkan untuk menyalurkan atau menyampaikan pesan dakwah kepada subjek dakwah. Sebagian besar subjek dakwah menggunakan saluran ini untuk menyampaikan pesan-pesannya, baik secara lisan maupun tulisan. Mata pelajaran dakwah saat ini banyak menggunakan berbagai media, antara lain televisi, surat kabar, majalah, buku, internet, telepon seluler, dan buletin.

e. Metode

Thoriqah (Metode) Dari segi bahasa, kata "meta" (melalui) dan "hodos" merupakan sumber dari kata "metode" (cara atau jalur). Dengan demikian, jelaslah bahwa teknik merupakan rangkaian tindakan atau strategi untuk mencapai tujuan.

f. Tujuan Dakwah

Tujuan Dakwah (Maqashid al-Dakwah) Proses pengorganisasian dakwah yang terdiri dari berbagai kegiatan yang memiliki nilai dan nilai tertentu yang ingin dicapai oleh upaya dakwah, terutama dari suatu jangkauan, merupakan tujuan dakwah secara umum.<sup>58</sup>

4. Metode Dakwah

Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 menyebutkan beberapa metode yang disarankan untuk menyampaikan dakwah yakni:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ

سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl/16:125).<sup>59</sup>

Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 mengartikan inilah teknik-teknik

<sup>58</sup> Syamsuddin AB, Pengantar Sosiologi Dakwah, Ed. I (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2016), h. 12.

<sup>59</sup> Aplikasi Qur'an Kemenag in Word', Terjemah Kemenag 2019 ( Microsoft Word 2019, 2019, Q.S. An-Nahl/16:125.

yang digunakan da'i untuk menyebarkan pesan dakwah dalam upaya meraih sukses. Teknik dakwah yang berbeda, seperti:

- a. Hikmah, atau dakwah yang mempertimbangkan keadaan dan kemampuan sasaran dakwah, membuatnya tidak lagi merasa wajib atau terkekang untuk menganut ajaran Islam.
- b. Maudhah hasanah, dilakukan agar ajaran dan nasehat Islam masuk ke dalam hati masyarakat, Maudhah Hasanah berdakwah dengan menyampaikannya secara baik, santun, dan penuh hormat.
- c. Mujadalah ialah berdakwah melalui dialog, bertukar pikiran dan argumentasi dengan sebaik-baiknya, menganjurkan argumentasi aqli (logika) dan naqli (teks Alquran dan hadis), bukan dengan cara
- d. menekan bahkan menahan diri untuk tidak meremehkan mitra dakwah lain, yang dikenal dengan mujadalah.

#### 5. Asas-asas Strategi Dakwah

Dakwah Islam harus memiliki sejumlah elemen pendukung agar berhasil, termasuk kebijakan dakwah yang benar. Beberapa prinsip asas dakwah yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi, antara lain:<sup>60</sup>

##### a. Asas Filosofis

Konsep ini menitikberatkan pada persoalan-persoalan yang sangat mempengaruhi tujuan yang ingin dicapai selama proses atau kegiatan dakwah.

##### b. Asas Kemampuan

---

<sup>60</sup> Asmuni Syukir, *Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Usaha nasional, 1983) h. 22.

Prinsip ini terkait dengan perdebatan tentang kompetensi dan profesionalitas da'i sebagai subjek dakwah.

c. Asas Sosiologis

Prinsip ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan status dan keadaan tujuan dakwah yang dimaksud. Misalnya, politik lokal, agama yang dominan di suatu daerah, tujuan dakwah filosofis dan sosiokultural, dll.

d. Asas Psikologis

Konsep ini membahas topik yang berhubungan langsung dengan psikologi manusia. Ia adalah sasaran dakwahnya sekaligus da'i manusia dengan karakter yang unik. Saat berdakwah, seseorang harus menyadari masalah psikologis.

e. Asas Efektivitas dan Evisiensi

Prinsip ini menyatakan bahwa untuk mencapai hasil yang optimal, harus diupayakan keseimbangan antara biaya, waktu, dan tenaga dalam kegiatan dakwah.

## **D. Penyajian Data**

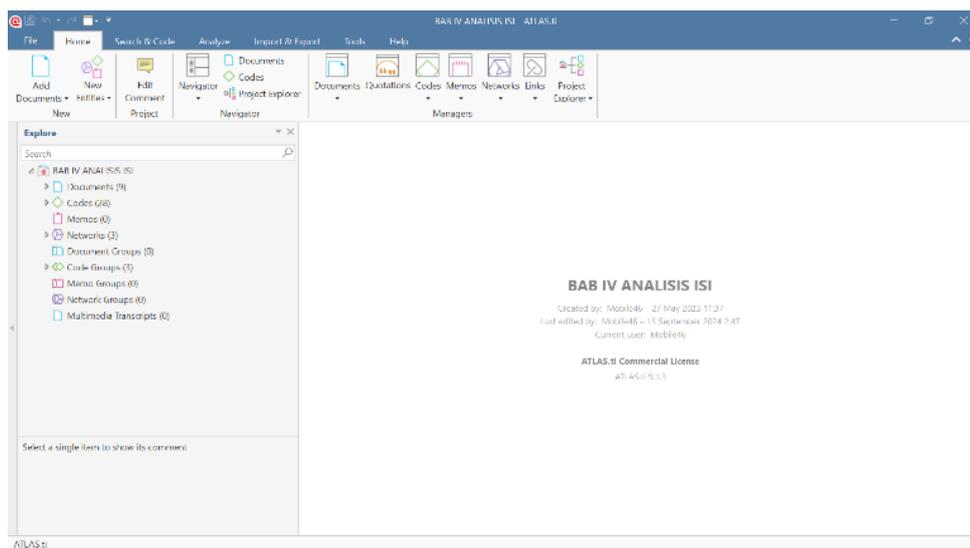
### **1. Tentang ATLAS.ti**

Atlas.ti adalah program yang digunakan untuk menganalisis data teks, grafik, audio, dan video dalam jumlah besar secara kualitatif. Data tidak terstruktur, atau data yang tidak dapat diperiksa menggunakan teknik statistik formal, dapat didekati secara sistematis menggunakan alat Atlas.ti. Peneliti dapat memeriksa fenomena kompleks yang terkubur

dalam data dengan bantuan Atlas.ti. Untuk melampaui sifat bisnis dan data yang rumit, Atlas.ti menyediakan metode yang kuat dan ramah pengguna yang memungkinkan peneliti berkonsentrasi pada subjek yang sedang dibahas.

Secara umum, program ini adalah alat untuk mengelola, mengambil, membandingkan, memeriksa, dan merestrukturisasi data dalam jumlah besar secara kreatif, fleksibel, dan metodis.<sup>61</sup>

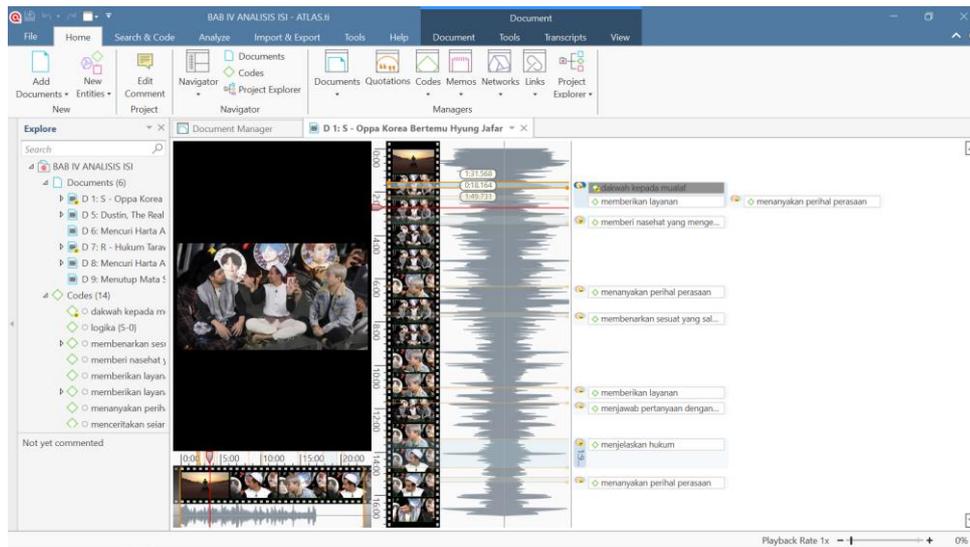
#### a. Tampilan ATLAS.ti Analisis Dokumen



Gambar 3. 1 Tampilan ATLAS.ti

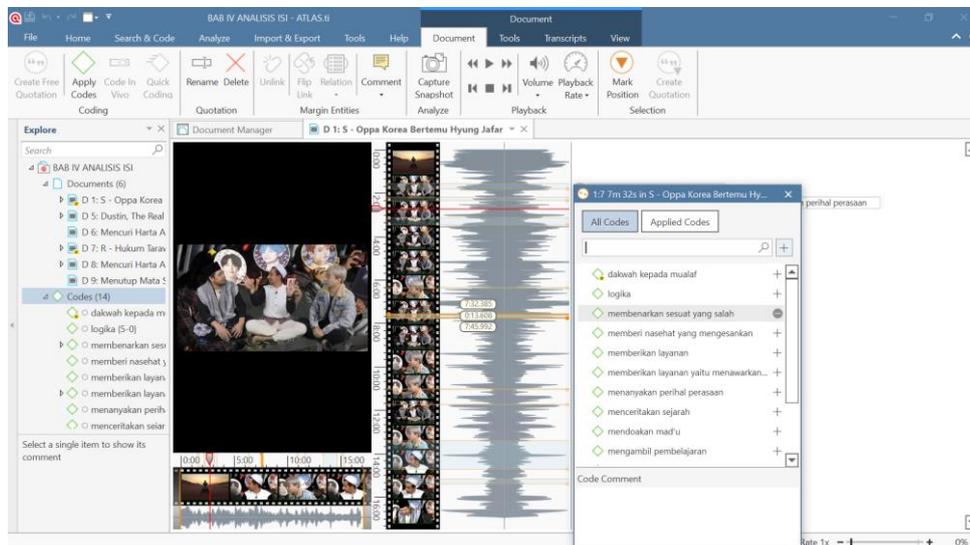
Halaman awal tampilan Atlas.ti berisi fitur data yang dimasukkan ke dalam dokumen dan disajikan secara akurat pada gambar kedua setelah entri pada layar pertama antarmuka.

<sup>61</sup> Hardi Warsono, Retno Sunu Astuti, Ardiyansah, Metode Pengolahan Data Kualitatif menggunakan ATLAS.ti, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2022) h. 18



Gambar 3. 2 Tampilan Data Untuk Analisis ATLAS.ti

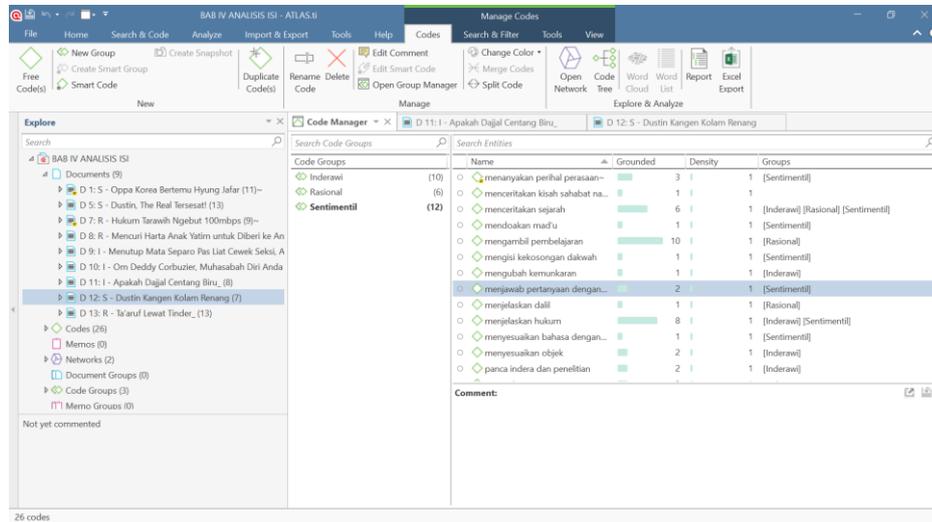
## b. Proses Open Coding



Gambar 3. 3 Proses Open Coding

Menemukan data, menganalisisnya, dan kemudian membuat ulang kode yang diperlukan di bagian yang ditentukan adalah langkah pertama dalam proses pengkodean terbuka.

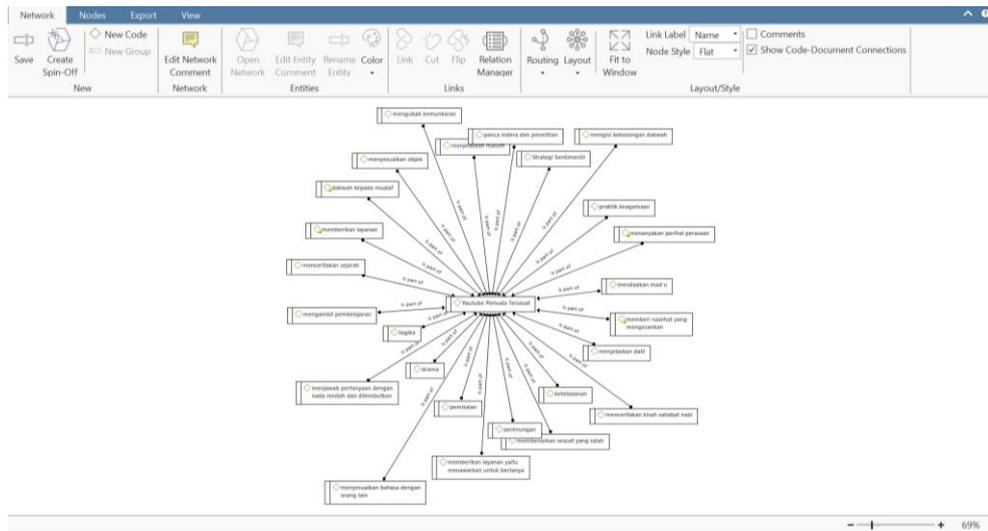
### c. Penentuan Kategorisasi



Gambar 3. 4 Penentuan Kategorisasi

Setelah selesai di tentukan kode yang sesuai langkah selanjutnya adalah menentukan kategorisasi hasil codingan kedalam kelompoknya. Disini peneliti membuat *Coding Manager* menjadi 3 bagian sebagaimana strategi dakwah yang ada pada penelitian ini, yaitu sentimentil, rasional, dan inderawi.

### d. Visualisasi Data



Gambar 3. 5 Visualisasi Data

Tampilan hasil visualisasi data ini berguna untuk menemukan hubungan dari code-code yang sudah peneliti analisis.